

今日
看
点

8月27日城内活动安排

啤酒品饮:今天是青岛啤酒主题日。

艺术巡游:11:00—12:00 18:00—20:00 韩国艺术精粹绽放奇葩,民间奇迹绝活撼酒城,军威鼓乐风,舞动青春、激情飞扬,热歌劲舞酒香醉人,虎虎生威卡通送吉祥
中心舞台:15:30—17:30 瑜伽比赛;17:30—19:00 SIMULRADIO携手港龙航空遨游世界活动;19:00—20:00 山东电视台农科频道专场;20:00—20:30 吉林歌舞团演出;20:30—21:00“东风日产杯”全国电视饮酒大赛直播彩排 具体活动安排以城内即时安排为准



拉丁舞翩翩

26日下午,雨后天晴,在啤酒城中心舞台,拉丁舞大赛如期举行,小选手们精彩的表演吸引了上千名游客的目光。

记者 盛文静 刘玉彩 摄影报道

酒城清晨不寂寞
老人持证来散步

本报8月26日讯(记者 姜萌) 啤酒城的早晨也不寂寞。很多岛城老人趁早晨人不多的时候,“进城”来逛逛。啤酒城成了岛城老人散心的好去处,不少老人目睹了青岛啤酒节变迁的过程。

夜晚,一直是啤酒城最热闹的时间。大杯大杯的原浆啤酒,还有力量十足的摇滚乐器。比起这些,早晨的啤酒城就略显冷清了。26日,记者进城后发现,除了忙碌着开始新一天“奋战”的众多商家,啤酒城内有了不少老年人的身影。

家住在啤酒城附近的王大爷告诉记者,啤酒城对老年人是免费的,凭老年证就可以“进城”。他对记者说:“我每隔两天就来转一圈,就当成是晨练啦。”已经逛累了坐在长椅上休息的孙大爷和老伴对记者说:“早晨这会儿人不多,逛起来舒服。等10点多,人就开始多了,音乐一响起来,我们就受不了啦,得赶快走。”“规模一年比一年大,今年就比去年多了很多设施,还有好多新鲜玩意也是第一次看到。”孙大爷高兴地说。

身为青岛人的他,老人们希望啤酒节越办越好,长长久久地办下去。

喜羊羊主题乐园
推出优惠套票

本报8月26日讯(记者 刘玉彩 通讯员 陈静) 虽有连续几天的连绵细雨,然而啤酒城东南角的室内“羊羊乐园”仍然将快乐延续着。27日(周五)至29日(周日)喜羊羊主题乐园推出优惠套票政策,亲子套票90元(两人)、特惠家庭套票130元(三人),市民和游客用最优惠的价格就可以体验到无价的欢乐。

嘉年华12天零投诉

本届啤酒节办出最佳状态

本报8月26日讯(记者 刘玉彩 通讯员 隋冲) 第20届青岛国际啤酒节自8月14日开始以来,啤酒城啤酒欢乐嘉年华实际运营12天来,实现零投诉,办出了啤酒节史上最佳状态。

本届啤酒节欢乐嘉年华共引进60台游乐设施,其中包括国家级A类设备8台,B类设备17台。每台游乐设施都安排了专门的安全小组进行监督检查。另有40名

客服人员不断巡查场地,提醒游客们注意自己的人身及财产安全。据了解,到目前为止,在嘉年华全体工作人员的努力下,所有游乐设施的安全管理全面到位,未接到任何一位游客不满的投诉,尤其是在处理突降大雨等紧急事件时的举措,未引起任何纠纷。

“我们一般采用通票延期的方式应对突降大雨的情况,免费

赠送啤酒城门票,延期游玩的游客可以在节日期间任何一天继续来玩。”嘉年华负责人说。对于雨天不选择延期游玩的游客,嘉年华工作人员会引导其换电子大棚的游戏币,继续体验嘉年华之乐趣。另外,如果遇到在游乐设施运行过程中突降大雨,嘉年华服务人员会引导正在体验的游客有序地进入游戏棚等处避雨,为游客带去温馨的服务和关怀。

他大发了“门票财”

一个北京人的啤酒节生意经

本报记者 宋珊珊

在啤酒节门票上印上游客的照片,若干年后拿起门票就会想起2010年岛城的那个美好夏天。从北京来的聪明人史先佳在为数万名游客留住美好记忆的同时,他大发了啤酒节“门票财”,最多的一天收入3万多。

“三元一次,把你的照片印在啤酒节门票上,做个永久的纪念。”“太有趣了,我们每人做一张,然后再做一张合影的。”26日,记者在啤酒城的西门见到史先佳时,他正在忙着给游客制作纪念票,短短5分钟内有几十个游客来

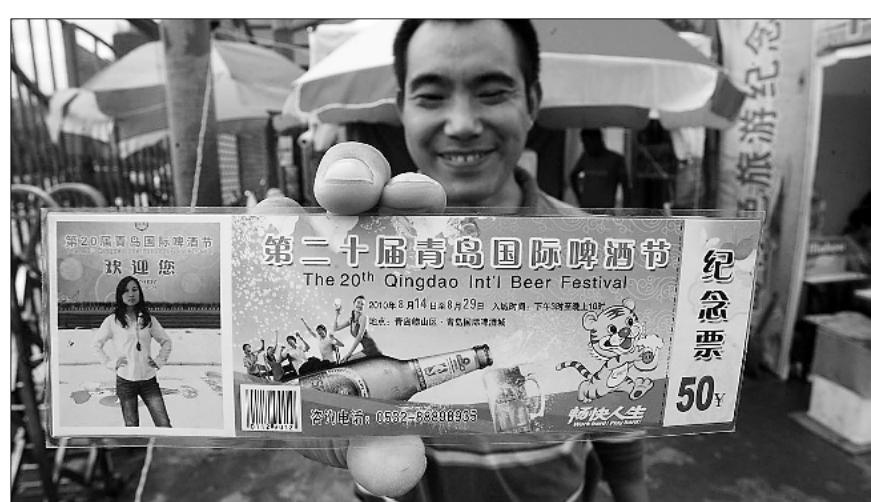
要求制作纪念票。

30秒钟就完成从拍照到印制封膜的整个过程,而只需要花费3元。山西游客小刘说,觉得挺有纪念意义,“这是我女朋友第一次来啤酒节玩,把我们俩的照片一起印在门票上,等过几年再拿出来看时,肯定是个很美好的回忆。”

“一天生意最火的时候是印制了1万多张纪念票,收入3万多元。”史先佳说,他在这里设摊是没有摊位费的,“因为制作纪念票本身就是对啤酒节的一种宣传,游客带着纪念票回到家乡,会有更多的人知道啤酒节,他们也会再来啤酒节的,所以我跟主办方谈的时候,就免去了摊位费。”

而史先佳所用的机器则是他自己今年5月份才设计出来的,第一次商用就用到了啤酒节上。“我给它起了个名字叫全球拍,里面有上万张世界名胜的模板照片,游客只要在机器前面一站就可以跟任何名胜合影。”

史先佳说,他在啤酒节上淘到第一桶金,感觉真好,明年还来。



制作纪念门票
让北京人史先佳发了大财
本报记者 盛文静 摄



啤酒·城市·品牌

本报记者 宋珊珊

最初是啤酒节成就了青啤,还是青啤成就了啤酒节,已无从考证,不过,可以确定,现在青啤和啤酒节都成了青岛这个城市最有分量的两张名片,这一名片显然比东方瑞士、帆船之都要响亮得多,毕竟酒的人缘和知名度更容易传播。

不过,在走出最初的相互提携后,青啤显然已经越跑越快,明显落下了它这个20岁的小弟弟。青啤已经成为绝对的世界品牌,深入到世界各地爱酒人士心中,说起青岛可能还会有人不了解,说起青啤则几乎无人不晓。

啤酒节,这个小弟弟,虽然也被冠以“国际”前缀,但显然,离国际还是有那么点距离。以往的啤酒节还能见到德国舞娘等国外文艺表演,但是近年参展商为了节约成本,随便请几个肚皮舞、拉丁舞、摇滚乐团就搞定了,现在的啤酒节更像是一场群众消夏晚会,除了几个爷们大拼酒量外,鲜有能让人热血沸腾的表演了。

以往啤酒节还能见到来自国外的纯正美食,而现在充斥啤酒城的是忙着赶庙会的各种小摊小贩,让这个国际啤酒节更像是一个夜市摊。

以往啤酒节开幕前还总是会有精心策划的各种造势活动,像是16届啤酒节上,世纪啤酒品牌CEO聚首话啤酒,除了狂欢还得给人精神的享受,与世界品牌的对话让啤酒节更具分量。而现在啤酒节办得越来越匆忙,照搬模式,缺少了细节的筹划与长远的考量,缺少了国际性的厚重感。

造就一个品牌很难,经营一个品牌更难,而要做好一个百年品牌更难,啤酒节这个毛头小伙,虽然有向慕尼黑大爷学习的雄心壮志,但缺少品牌意识、没有清晰定位,只会越走越像游乐场。啤酒节的品牌也有可能被后起之秀的城市抢走,那时,不知道青啤是不是也要看人脸色,客场作战了。



漫步在雨后酒城

本报记者 曲凯

几天来的倾盆大雨,将啤酒城城内、城外洗刷得一片好风景。一路逛来,悠然自得独赏其间。相伴的人来了又去了,却是不同的影子。雨湿后的酒城在阳光的映衬下愈发显得妩媚,远处飘来阵阵重金属音乐,如这雨一样锤砸在烦闷的心田。

漂泊的岁月总让人看不清远方,每回想起从前的丝丝缕缕,便感到一个人已茫然地走了很远、很久。面对世事的沧桑与无奈,感觉自己正在慢慢地老去,总有一天也会变成那文字中的老石,静静地躺在荒野。

守着都市的繁华,人们曾彷徨,望着满目的纸醉金迷,也只能让人堕落,要在这灯红酒绿间寻那一份执子之手的真情也许是遥遥无期,只愿影子一样的爱人不再飘渺,只愿那暗夜的一丝孤风还能指引灵魂安然的归宿。

晴日里的喧嚣与热烈被上天的一瓢清凉浇灭了,走在酒城里,让人有点无所适从。每个啤酒大棚里,劳累的人们正在休憩,难得这样凉爽又安静,恰是卧枕安眠的好日子。此时最受欢迎的应该是摩天轮,将人慢慢地带到天上,领略风景的同时还能俯瞰脚下那甲壳虫般的汽车。雨后的酒城内外一样,都是那样的安静,都是同样的静谧。